

эффективного труда. Это приводит к тому, что технологически развитая страна может обладать высокой капиталовооруженностью труда и низкой капиталовооруженностью эффективного труда. Сравнительное преимущество такой страны будет состоять в производстве трудоемких товаров.

Таким образом, вопрос может быть поставлен иначе. Россия должна не столько определить, какими сравнительными преимуществами она обладает, сколько, какие сравнительные преимущества ей нужны. Внешняя торговля может препятствовать получению нужных сравнительных преимуществ, поскольку внешняя торговля – это механизм закрепления уже существующих сравнительных преимуществ. Внешняя торговля, с одной стороны, расширяет возможности потребительского выбора, с другой стороны, сужает возможность выбора будущей траектории развития хозяйственного комплекса страны. Этот неочевидный нюанс, возможно, является основополагающим в споре между сторонниками торгового либерализма и протекционистами.

Например, производство самолетов Airbus можно рассматривать как пример сознательно созданного сравнительного преимущества. Чем сложнее продукт, тем большую роль играет в его создании такой фактор как организация и координация отдельных производственных звеньев. В принципе, некорруптированное государство в любой момент может сделать этот фактор относительно избыточным и получить сравнительное преимущество в производстве сложных продуктов. Сейчас реализуется, по крайней мере, две идеи в этом направлении: создание Объединенной авиастроительной корпорации и проект производства новых моделей отечественных автомобилей на АвтоВАЗе.

Итак, резюмируем сказанное. Мировая экономика может помочь сделать экономику России более эффективной. Для этого, в частности, необходимо определить («найти» или «придумать») и начать реализовывать сравнительные преимущества России. Они состоят в энергетическом, транспортном, сельскохозяйственном, научном, металлургическом, лесном потенциалах. Основное условие перехода к реализации сравнительных преимуществ – мобильность факторов производства, которая ограничена уровнем развития финансового рынка, коррупцией, административными барьерами, инертностью системы образования, несовершенным распределением информации относительно цен факторов производства и рентабельности отраслей экономики. Сравнительные преимущества будут разными для разных регионов России. Поэтому многое будет зависеть от способности каждого региона определиться со своими сравнительными преимуществами и суметь организовать их реализацию.

ВТО – это правила игры, по которым играет весь мир. Игра эта – с положительной суммой. Лучшая стратегия для России – научиться выигрывать в этой игре. За счет чего? – За счет сравнительных преимуществ.

ЭМПИРИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ РАБОТЫ, ВЫДЕЛЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Горбушин К.В.

*(Уральский государственный университет им. А.М.Горького,
Екатеринбург)*

В современном мире все чаще мы читаем в аналитических журналах о создании совместных компаний в той или иной точке земного шара. Весь мир

уже давно стал единым пространством в котором происходят постоянные передвижения производств, ключевых подразделений в страны, где наиболее выгодное производство, где лучше условия, соответствующие отдельно взятому виду бизнеса. Приходя в новую страну компании достаточно часто выбирают себе местного партнера, совместно с которым происходит дальнейшее развитие. В данной статье я рассмотрю несколько различных подходов к факторам, которые оказывают значительное влияние на деятельность совместных предприятий.

Pothukuchi, Damanpour и другие (2002) в своей работе выделяют две основные гипотезы для проверки влияния факторов, составляющих культурные и организационные различия на работу совместных предприятий (СП). Первая гипотеза предполагает, что дистанция в национальной культуре отрицательно влияет на производительность совместных предприятий. Вторая гипотеза – что организационные различия в компаниях отрицательно влияют на производительность совместных предприятий.

Для измерения дистанции по национальной культуре были выбраны четыре измерения на основе работы Hofstede (1980) – индивидуализм, дистанция по власти, избегание неопределенности и мужественность. Индивидуализм-коллективизм выражается в степени большего принятия индивидуальных или групповых интересов. Дистанция по власти является принятием неравномерного распределения власти между сторонами. Избегание неопределенности определяется степенью проявления беспокойства людьми при неопределенных обстоятельствах. Измерение мужественность-женственность относится к базировании экономического успеха на аккумулировании материального благосостояния или межперсональные отношения строятся на развитии благосостояния других людей.

В выборке использовались совместные предприятия индийских компаний и более 85 процентов партнеров в СП были из развитых стран (в основном из США, Японии, Германии, Англии и Франции).

Для измерения дистанции по организационной культуре были выбраны шесть основных измерений, также по Hofstede (1990) – нацеленность на процесс или на результат, на работника или на работу, ограниченность против профессиональности, открытость против закрытости, сильный или слабый уровень контроля, нормативность либо прагматичность. В каждом из измерений было отобрано по три различных элемента, имеющих влияние на производительность СП.

Производительность СП измерялась на основе показателей, предложенных Geringer and Hebert (1991) и Parkhe (1989), в результате чего были разработаны вопросы для сбора данных по производительности СП, основанные на 5-балльной шкале. Pothukuchi, Damanpour и другие (2002) выделили три основных исследуемых фактора производительности. Первый из них состоял из девяти элементов измеряющих удовлетворенность индийского партнера зарубежным партнером и уровнем менеджмента СП. Данный фактор был назван *удовлетворенность совместным предприятием*. Второй фактор включал пять элементов измеряющих вклад СП в финансовую эффективность и продуктовое портфолио. Он был назван *эффективность*. Третий фактор состоял из двух элементов, оценивающих насколько СП увеличило степень конкурентоспособности по сравнению с конкурентами. Он получил название *конкурентоспособность*.

Кроме того, были выделено несколько переменных, могущих повлиять на деятельность СП: размер компании, продолжительность партнерства в месяцах, частота контактов между партнерами в течение одной недели, количество менеджеров, распределение собственности, происхождение партнера из развивающихся стран.

После проведения оценки полученной модели на выбранной базе предприятий были получены результаты, представленные в таблице 1.

Табл.1.Влияние факторов на деятельность СП в работе Pothukuchi, Damanpour и др. (2002)

	Удовлетворенность партнерством	Эффективность	Конкурентоспособность
Размер СП	+	0	-
Продолжительность партнерства	0	0	+
Частота контактов	+	+	+
Количество менеджеров	-	0	+
Распределение собственности	0	0	0
Происхождение партнера	+	+	0
Культурная дистанция	0	+	+
индивидуализм	-	0	0
дистанция по власти	-	0	0
избегание неопределенности	-	0	0
мужественность	+	+	+
Организационная дистанция	-	0	-
нацеленность на процесс или на результат	-	0	0
нацеленность на работника или на работу	-	0	0
ограниченность против профессиональности	0	0	0
открытость против закрытости	-	-	-
сильный или слабый уровень контроля	0	0	0
нормативность либо прагматичность	-	0	0

В работе Pan (2002) были рассмотрены стратегии собственности в международных совместных предприятиях в зависимости от факторов исходных стран. В качестве факторов были выделены обменная ставка/сила валюты исходной страны, стоимость заемных средств, возможности по экспорту, ориентация менеджмента в условиях неопределенности. Выборка включила в себя 8 078 совместных предприятий в Китае с 1979 по 1996 года.

В качестве первой гипотезы было выдвинуто предположение, что компании из исходных стран с более сильной валютой будут иметь больший уровень собственности в СП в другой стране.

Второй гипотезой было предположение, что компании из стран с более низкой ставкой кредитования будут обладать большей долей собственности в

СП. Ставки кредитования брались из статистики Международного Валютного Фонда.

Третья гипотеза выражалась в более высокой доле собственности для компаний из стран с большими экспортными возможностями экспорта в страну базирования. Экспортные возможности измерялись на основе объема экспорта страны в Китай в долларах США за соответствующий год.

Четвертая гипотеза предполагала, что компании из стран с большей степенью избегания неопределенности будут стремиться к большей доле в СП. Степень неопределенности измерялась на основе работы Hofstede (1994), при этом также принималась дистанция по власти. Принимаемые значения были выделены от 0 до 100 – наибольшее значение соответствовало большему избеганию неопределенности или большей дистанцией по силе.

В результате исследования были получены результаты, представленные в таблице 2.

Табл.2. Результаты исследования Pan (2002)

	Доля собственности в СП
Сила валюты	+
Ставка по кредиту	-
Экспортные возможности	+
Избегание неопределенности	+

Таким образом, автором были подтверждены все четыре предложенные гипотезы.

Currall, Inkpen (2002) предложили многоуровневую модель оценки уровня доверия между партнерами в совместном предприятии. Исходя из предыдущих исследований внимание было сфокусировано на двух принципиальных концепциях: принятие уверенности (Giffin, 1967; Rotter, 1980) и риск (Mayer, Davis and Schoorman, 1995; Rousseau, Stikin, Burt и Camerer, 1998). Доверие было определено как решение по принятию уверенности в надежности второй стороны в СП (например, человека, группу или компанию) в условиях наличия риска. Принятие уверенности является действием, через которое одна сторона разрешает второй стороне определять свою дальнейшую судьбу (Currall и Judge, 1995). Принятие уверенности основано на положительных ожиданиях или на уверенности в возможности доверять второй стороне (Rousseau и другие, 1998). Риск – это потенциальная возможность столкновения одной из сторон с негативным влиянием, например «повреждением или потерей» (March и Shapira, 1987; Sitkin и Pablo, 1992), в случае если вторая сторона окажется ненадежной. Таким образом, доверие возникает из социальных суждений (таких как оценка благонадежности второй стороны, мотивация к созданию доверия и т.д.) вместе с оценкой издержек (то есть, риска), если вторая сторона окажется ненадежной.

Концепция доверия в данной работе является решением, применяемым к людям, группам, компаниям. Доверие в СП, определенное авторами «путешествует» между различными уровнями в организации (Osiwegh, 1989) так как доверие рассматривается как действие, а не как ожидание и данная формулировка позволяет исследователям расширить уровень оценки группы или компании.

Доверие, согласно модели авторов, может принимать следующие формы:

- открытая коммуникация и обмен информацией;
- координация задач;

- неформальные соглашения;
- наблюдение и мониторинг.

В результате, Currall, Inkpen (2002) предложили использовать в дальнейших работах, изучающих деятельность совместных предприятий многоуровневую модель взаимного влияния доверия между людьми, группами и компаниями на основе форм доверия.

Моделируя взаимовлияние существенных факторов из трех представленных моделей, возможно построить описание деятельности совместного предприятия, учитывающее ключевые элементы, влияющие на его деятельность, а также спрогнозировать дальнейшую судьбу его развития.

ЭФФЕКТ КОНКУРЕНЦИИ И ЭФФЕКТ ТРАНСФЕРТА ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

Есин П.В.

*(Уральский государственный университет им. А.М.Горького,
Екатеринбург)*

В условиях переходного периода остро стоит вопрос о конкурентоспособности национальных экономик по отношению к экономикам промышленно развитых стран. В этой связи вопрос о продуктовых инновациях как инструменте стратегического взаимодействия национальных и иностранных компаний имеет важное значение, так как продуктовые инновации могут выступать и как инструмент конкурентной борьбы, и как способ приспособления компании к меняющимся рыночным условиям.

Все инноваций⁵ могут быть разделены на два типа: процессные (технологические) и продуктовые. Под процессными (технологическими) инновациями понимается процесс усовершенствования производства, имеющий своей целью уменьшение затрат по производству уже существующих на рынке товаров.⁵ Под продуктовыми инновациями понимается процесс создания новых товаров, которые могут быть горизонтально, вертикально или горизонтально и вертикально дифференцированными по отношению к уже существующим на рынке товарам.

Продуктовые инновации могут быть условно разделены на две группы: пассивные и стратегические. В случае когда, фирма осуществляет пассивные продуктовые инновации, в расчет не принимается возможная реакция со стороны других фирм на рынке. В этом случае частота продуктовых инноваций определяется либо технологическими особенностями производства, либо особенностями функции спроса на рынке.⁶ Стратегические продуктовые инновации являются результатом трансферта новых технологий от одной фирмы к другой, а также ответом фирмы на уже существующую или потенциальную конкуренцию со стороны других фирм. Иными словами, стратегические продуктовые инновации являются результатом взаимодействия фирм между собой и предполагают, что фирмы, осуществляя инновации на своих предприятиях, учитывают ответную реакцию других фирм на данном

⁵ Kamien, M.I., Schwartz, N.L., 1975. Market Structure and Innovation: A Survey. Journal of Economic Literature, Vol. 13, #1, pp. 1-37.

⁶ Shaked, A., Sutton, J., 1987. Product differentiation and industrial structure. The Journal of Industrial Economics, Vol. 36, #2, pp. 131-146.